

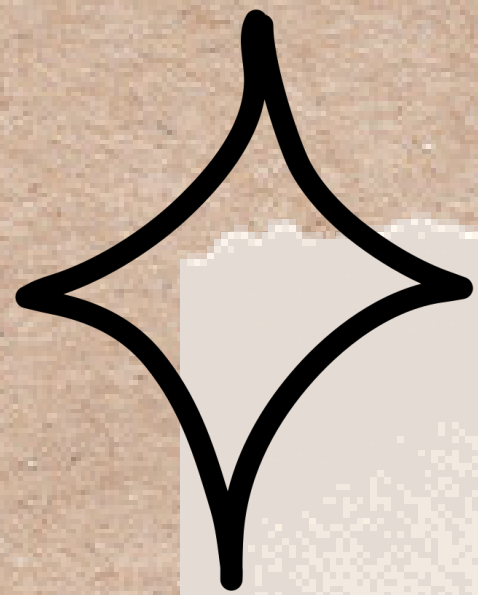


**YOGA  
BUSINESS - 3**

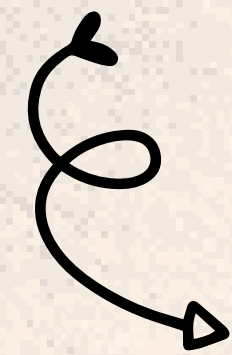


*Presented by Shoko Kapalili Hawaii*

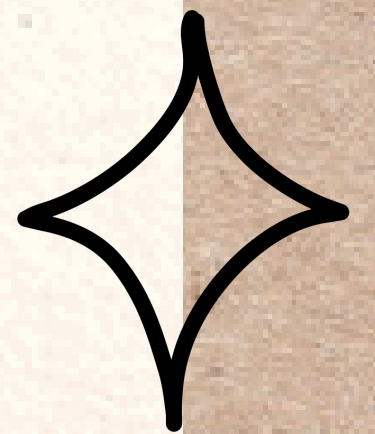


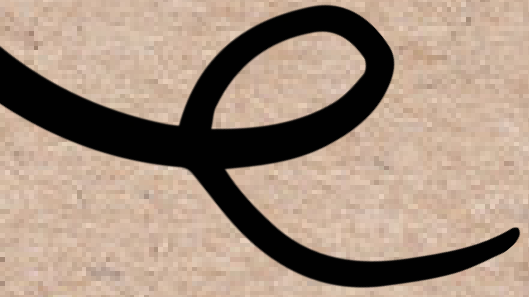


# Today's Curriculums



- 1、セルフブランディングについて
- 2、ストーリーの構成方法
- 3、ストーリーの伝え方について





# "Branding"

yes!

その他多数と違う価値があることを明確にして  
顧客に選ばれる必要がある。その為のブランディング。





# Self Branding

セルフブランディング  
パーソナルブランディング

コーポレートブランド  
事業ブランド

プロダクトブランド  
パーソナルブランド



会社も事業も商品も人も全てブランド





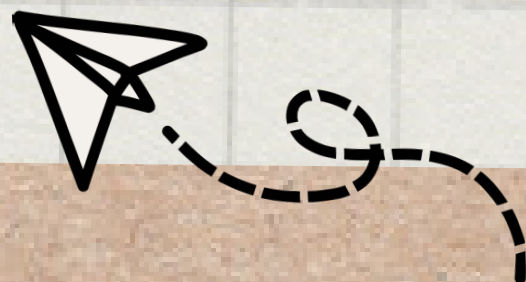
# SELF BRANDING



あなたらしさを最大限に活かし、〇〇を解決してくれるのはあなたしかいないと思い出してもらえようようにしていく全ての活動のこと。

あなたへのパーソナルイメージとあなたのパーソナルアイデンティティが=でないといけない。

あなたはどんな価値を提供しているのかクリアにそして自信を持って発信することが大切。



# "Self Branding" *yes!*

あなたの価値やパーパスをクリアにし、  
世の中に自信を持って発信すること。  
それにより顧客のニーズにうったえかけ、  
あなた自身やあなたのブランド、サービス、商品  
を選んでもらう為の自身が行う全ての活動。

注：装飾を施し自分の持っているスキル以上に魅せることではない。



# THE BRAND



## Outer Branding

マーケットや顧客に自分の価値やパーパスを届ける活動のこと。自分のブランドイメージを浸透させていくこと。

注：こちらが先行してしまうと虚像のイメージを作ってしまう事になる。



## Inner Branding

自分自身の知識、スキル、経験などを磨く活動のこと。自分のブランドに誇りや自信を持ち価値を引き上げていく活動のこと。

注：こちらが疎かになってしまうと虚像のイメージを作ってしまう事になる。





# "Self Branding"

キャリアを始めた頃の自分と比べて

- ・できるようになったこと
- ・身につけたスキルや知識
- ・元々持っていること

能力、スキル、性格、外見、内面、やってきたこと

3分間で20個以上書き出す。





# 3C分析

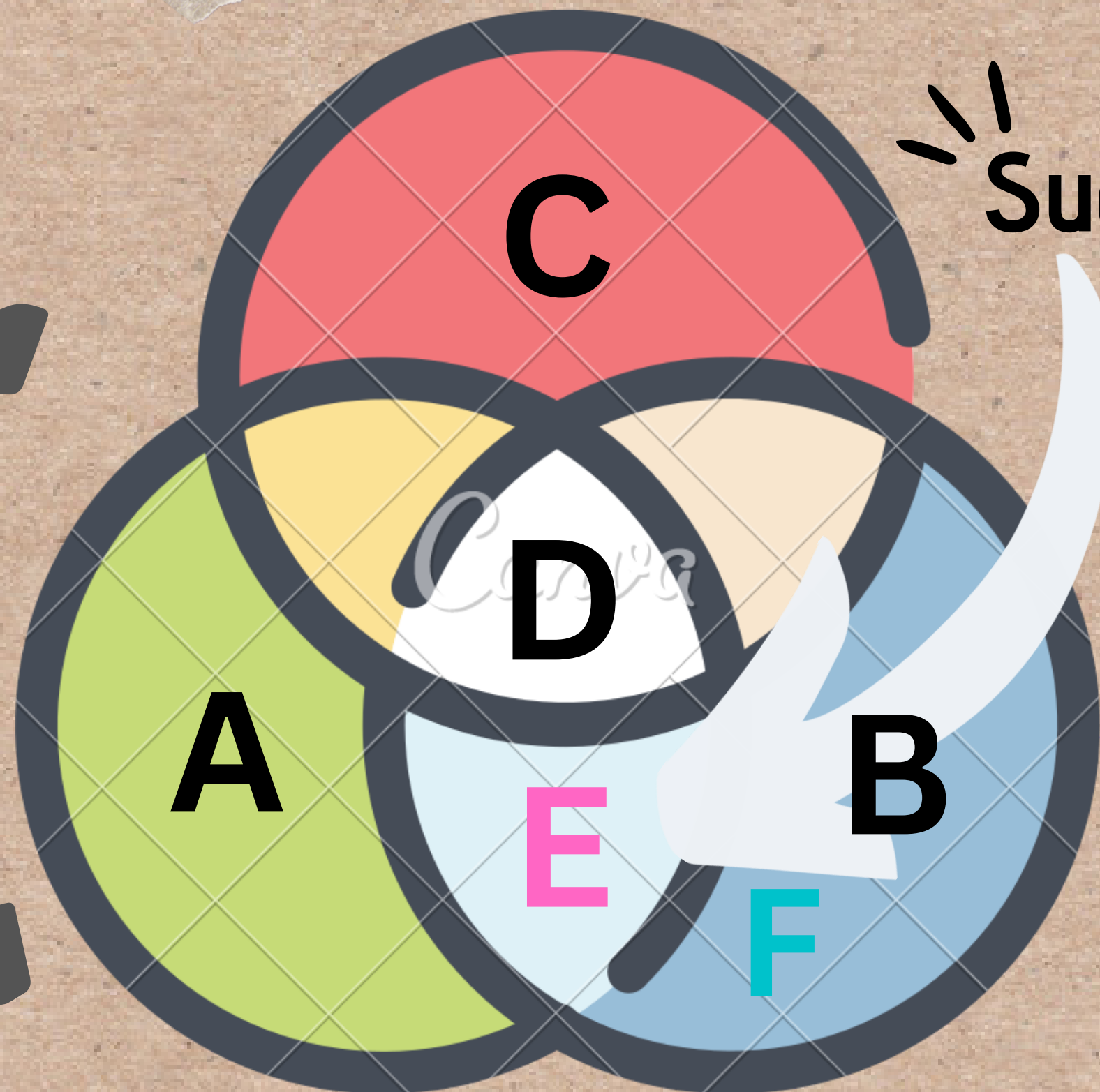
C, Competitor ライバル



A, Company 自分



B, Client 顧客

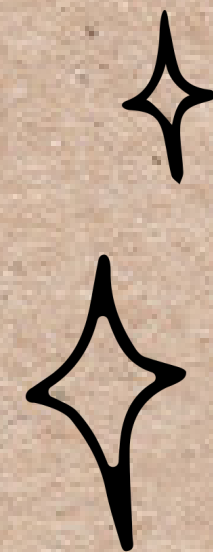


Success!!

D, 価格競争

E, 顧客が求めている自分  
にしかできないこと。

F, イノベーション





# "Personal Identity"

パーソナルアイデンティティを探ろう！

私はこんなタイプの人間です。

こんな強みやスキルや経験があり

こんな思いでこんな価値を提供している者です。

今まで自分を分析し、リストアップしてきた内容を

使ってあなたを紹介してください。



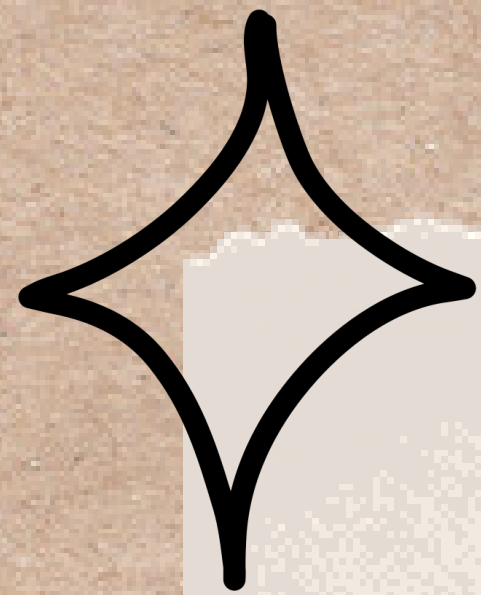


**About Me!**

## "Story Telling"

ストーリーを使ってあなたを伝えること。

物語の力を使い顧客に響くプロフィールを作る。淡々と事実を伝えるのではなく、物語性が加わる事により顧客が引き込まれファンとなってくれる。

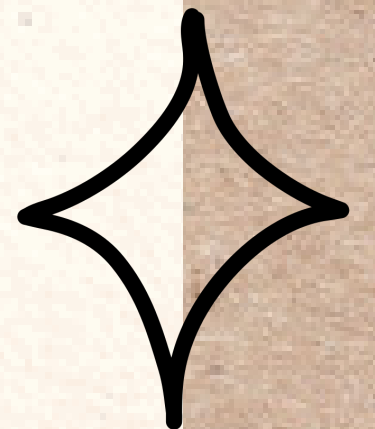


# About your story "Why?"

- 情報とストーリーはイコールではない
- ストーリーは持続力があるが情報には持続力がない
- ストーリーで心を掴む事により、  
あなたの長期のファンになってもらえる

## ★ 3 効果 ★

1、インパクト    2、アクションチェンジ    3、持続させる





# About your story "How?"

## ★ 3要素★

- 共感できる主人公＝過去の普通の自分
- 本音の感情 葛藤と苦悩 チャレンジと成功
- ディテールを伝え想像をさせる  
シーンを拡大しフォーカルする場面を伝える  
キャラのディテール、共感できるところを伝える

## ★ストーリーの構成★

大切なのは変化や事件前の日常

1、日常 2、ピークポイント 3、新日常

*Before*を伝えることの方が大切!! ニュース≠ドキュメンタリー





# About your story "What?"

1、商品のストーリー  
大切なのは情報より人物。  
誰がどんな思いで提供しているのか。

2、創業者のストーリー  
差別化ができ、信頼度がアップする。


3、目的のストーリー  
どんな目的の為にあなたは価値を提供しているのか。

4、客物ストーリー  
消費者からのレビューや推薦書など



★人にフォーカス★





# QUOTES



- 初体験やターニングポイントにはストーリーとなるネタがある
  - 異世界のひとにとっては経験のできないストーリー
    - よくある質問には人の興味が詰まっている
      - 持論の裏にはストーリーがある

Tell me about your STORY!



# "Story Telling"

yes!

- 1、Beforeの人生
- 2、ターニングポイント  
不幸もしくは良いこと、チャンスやチャレンジ
- 3、努力をし壁を乗り越える
- 4、パワーアップする
- 5、新たな価値を提供できるようになった

”起承転結”







1、東京のスピードにただただ飲み込まれていた目まぐるしいサラリーマン時代。  
やりたいことを仕事に選んだつもりがなぜか違う。自分の使命は何なのか自問自答する日々。



2、片道チケットとスーツケース1つのみで  
大切なものは全て日本に置いて  
それでも自分のライフワークを見つけるために  
たった1人アメリカ行きを決意し  
人生の新しいチャプターをスタートさせた。

3、アメリカでフィットネスのプロになることを決意、  
そのためにはアメリカの教育を受けることが必須と感じ、  
語学力0から必死に勉強し大学に入学した。

4、入ったものの継続&卒業までが大変なアメリカの大学  
たくさんの方のサポートを受け  
見事学位を取得、甚だしく卒業式を迎えた。

5、フリーランスを経て、  
アメリカにて起業、米国法人を設立  
自分のやりたいことだけをビジネスにできる立場になり  
心から充実感を味わっている

